



**Мария Страхова
Роман Масленников
СуперДиджей: Краткий курс
по раскрутке. 33 рецепта**

*Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=639925
Супер Диджей: Краткий курс по раскрутке. 33 рецепта.: МТС; Москва; 2009*

Аннотация

Свобода самовыражения – это то, что наполняет нашу жизнь ярким смыслом. Без нее мир был бы невыносимо скучен и предсказуем.

Внутри каждого из нас заложено творческое начало, которое заставляет нас стремиться к этому самому свободному выражению себя.

Судя по всему, ты уже на пути к свободе – ведь ты держишь в руках эту книжку ;-) В этом движении тебе понадобится немало вдохновения, страсти, энергии – всего, что поможет тебе не остановиться на полпути к мечте.

Скажи «да» своему творческому началу, стань выдающимся DJ!

Содержание

От партнера издания	4
Введение	6
Формула успеха	6
Для кого эта книга?	7
I AM – Super DJ!	8
IMAGE: Создание плацдарма	10
1. Вы – диджей	10
2. Школы диджеев – обучение и повышение квалификации	11
3. Творческая биография	13
4. Регистрация профайла	15
5. Блоги и социальные сети	18
6. Письменный этикет	21
7. Фотосессии	22
8. Букинг-агентства	23
9. Сайт диджея и его реклама	25
ACTIVITY: Активная работа	26
10. Поиск гастролой	26
11. Радио-диджеи	29
12. Становление ди-джем Ночного клуба или Бара, резидентство	31
Конец ознакомительного фрагмента.	32

Роман Масленников, Мария Страхова Супер Диджей: Краткий курс по раскрутке. 33 рецепта цифровое руководство / «freeware»

От партнера издания



Свобода самовыражения – это то, что наполняет нашу жизнь ярким смыслом. Без нее мир был бы невыносимо скучен и предсказуем.

Внутри каждого из нас заложено творческое начало, которое заставляет нас стремиться к этому самому свободному выражению себя.

Судя по всему, ты уже на пути к свободе – ведь ты держишь в руках эту книжку;) В этом движении тебе понадобится немало вдохновения, страсти, энергии – всего, что поможет тебе не остановиться на полпути к мечте.

Мы хотим быть причастны к этому действию и способствовать раскрытию творческих талантов. Поэтому мы создали продукт, адресованный таким, как ты – Red Energy. Это сгусток креативной энергии, который помогает двигаться вперед, разрушает стереотипы и открывает новые пространства для проявления ярких граней твоей творческой натуры. Red Energy – это еще один довод в пользу того, что невозможных вещей в этом мире нет.

Скажи «да» своему творческому началу, запасись Red Energy и действуй!

Red Energy будет помогать тебе в твоём начинании стать выдающимся DJ.

В конце каждой главы этой книги ты найдёшь специальный Red box, куда ты можешь вписать название композиции, которую хочешь вставить в свой DJ-сет. Все просто: прочитал главу – вписал трек. К концу книги у тебя будет готов твой авторский ди-джейский трек-лист!

Ты сможешь выложить его на сайт promodj.ru, где с помощью голосования будет выбран победитель – автор самого интересного и неординарного трек-листа. Кто знает, может быть это станет твоим ярким прорывом в карьере DJ?

your Red Energy team

Введение

Формула успеха

Одной-единственной формулы успеха в диджеинге, как и в любом другом деле, не существует. Так же как не существует ни волшебной палочки, ни Деда мороза со Снегурочкой, ни чемодана с миллионом долларов, который валяется на дороге в ожидании вас.

А что существует? Как достичь успеха? Ведь как-то же его можно добиться?

Можно, конечно, сидеть в ожидании гениального озарения, ходить по улицам в поисках кейса с деньгами или спонсора, ждать так называемых «воли случая» или «благоприятного стечения обстоятельств» и даже Деда Мороза.

Наше первое убеждение состоит в том, что успех – это производная упорства труда, помноженного на время. Если вы занимаетесь тем, чем хотели бы заниматься, творите и делаете это довольно продолжительное время, то по ходу действия ни Дед Мороз, ни «нужное время с нужным местом», ни любое другое «благоприятное стечение обстоятельств» вас стороной не обойдут.

Наше второе убеждение – это то, что опыт коллег по цеху бесценен, анализируем и, главное, применим. Ошибки, искания, озарения – все перед вами.

И третье – как говорил герой одного гангстерского боевика – «планирование – это все». Действуя, согласно предложенному, например, нашему плану, мы уверены, вы сможете добиться определенных успехов. Мы проверяли это на множестве наших клиентов. Теперь решили дать этот шанс всем. Зачем? Конкуренция – двигатель прогресса.

Итак, продолжительное упорство, знание культовых примеров российской практики и соблюдение плана – вот исходные пункты вашего успеха.

Для кого эта книга?

– В первую очередь, «Руководство по продвижению» предназначено диджеям, начинающим свою карьеру. Наш совет – обучаясь технической стороне профессии, уже анализируйте и думайте, как вы будете себя продвигать в будущем.

– Информация будет полезна и диджеям со стажем, которые сейчас или находятся в состоянии «ожидания», или в мечтах взять новые высоты.

– Отдельные моменты будут «на руку» и для «старой гвардии» диджеев, сделавшей себе имя и репутацию благодаря упорству и преданности своему делу, помноженному на время – более 15 лет на сцене. Это не шутки – книга будет полезна информацией о том, как действует молодежь. Также мы будем рады, если «старички», «отцы» поделятся удачными примерами своего личного опыта достижения успеха в профессии. Все они будут опубликованы во втором издании книги, запланированном на 9 марта 2010 года в Международный День Диджея.

I AM – Super DJ!

Мы не хотим нагружать вас теорией, просто скажем, как мы упорядочили наши 33 рецепта. Собственно говоря, схема состоит в том, что необходимо действовать по порядку, не заикливаясь подолгу на определенных этапах своего продвижения.

Пробуйте все последовательно, по пунктам. И идите вперед, вперед, вперед. Например, придумав себе творческий псевдоним, не меняйте его каждые полчаса и даже полгода. Начав формировать базу потенциальных заказчиков – не бросайте ее, пополняйте ее постоянно, и так далее.

Перед вами стоят задачи: 1. отрекламировать себя, 2. сделать себе маркетинг (привлечь клиентов) и 3. удержать достигнутое пиаром. Это краткая методология более полно описана в нашей книге «СуперФирма: Краткий курс по раскрутке». Излагать ее здесь полностью, мы считаем лишним.

Общая последовательность действий для продвижения диджея, таким образом, выглядит, как:

1. Создание плацдарма (*Image*) – имя, фирменный стиль, веб-представительства и др.
2. Активная работа (*Activity*) – составление базы заказчиков, телемаркетинг (активное само-предложение), налаживание связей, первые гастроли «за имя» и др.
3. Творческий рост, поддержание и развитие наработанных отношений и связей (*Management*) – создание треков, миксы, пополнение базы заказчиков, рассылки, и др.

Кроме этих вопросов в соответствующих разделах освещены вопросы гонораров, рейтингов, определенных диджейских каст, и многие другие. В общем, все то, с чем вы можете столкнуться при формировании себя как СуперДиджея.

Для удобства запоминания назовем предложенную нами схему продвижения для диджея «**I AM**»¹ или («ай эм»). Запомнить ее легко – это первые буквы 3-ех указанных выше английских эквивалентов: «**I AM** — Super DJ». Вы – СуперДиджей!

Итак, Звездная карта у вас в руках. Ставки сделаны. Поехали?

¹ «I am» – в переводе с английского – «я есть».



Ты даже не представляешь, насколько легко создать свой стиль и покорить страну и весь мир!

Свободно включайся в любой процесс

Тариф Red Energy

- Безлимитные звонки
- Безлимитные SMS
- Безлимитный Ночной Интернет

Звони 8 800 333 0890
red.mts.ru

* Red Energy – Ред Энерджи. Подключив опции «Безлимитные звонки» и «Безлимитные SMS», можно без ограничений звонить и отправлять SMS-сообщения абонентам МТС «домашнего» региона по цене 0 руб. за минуту или сообщение. При подключении услуги «Безлимитный Ночной Интернет» с 01.00 ночи до 06.00 утра тариф GPRS-Интернет не тарифицируется. При подключении безлимитных опций и услуг оплачивается подключение и ежемесячная абонентская плата. Опции и услуги действительны только для абонентов, находящихся в «домашнем» регионе.

 **МТС**
оператор свободы

IMAGE: Создание плацдарма

1. Вы – диджей

Вы – диджей? А почему?

1. Потому что модно?
2. Потому что вели дискотеки в школе и с тех пор не можете оторваться?
3. Потому что ничего другого делать не умеете и видите себя только в музыке?

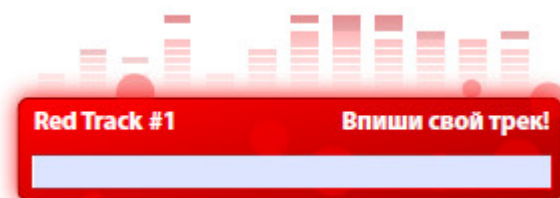
Если ваш ответ номер «3», а два предыдущие – прилагаются сами собой – у вас хороший шанс стать известным и любимым диджеем. СуперДиджеем.

Если же вы диджей вследствие того, что «модно» и «не можете оторваться», задумайтесь, надолго ли это? Есть ли у вас деньги, чтобы втемяшить ваше имя в умы будущих почитателей? Есть ли у вас время сделать себе известность, не спеша, детально, не в ущерб творчеству? Нет ни времени, ни денег? Тогда эта книга для вас. И не только.

Эта книга для тех, кто хочет составить для себя план собственного продвижения, увидеть свою профессию в развитии и узнать способы продвижения, которые существенно экономят деньги и время.

В шоу-бизнесе лучше быть яркой личностью или не быть вообще. Надеемся, приведенные здесь рецепты дадут вам шанс стать СуперДиджеем. Если вы держите эту книгу в руках, поверьте, у вас уже больше шансов...

Есть мнение: *«Стремитесь стать СуперДиджеем или уходите из профессии! Так будет лучше для всех»*. Отчасти это сурово и жестко, но это правда. Так что, выхода у вас нет;-) Читайте!



2. Школы диджеев – обучение и повышение квалификации

Школы диджеев существуют не только для того, чтобы научиться диджеингу. Научиться технике можно с помощью видео – например, видеокурс от DJ One: курс «Виртуальная Школа DJ One»², который стоит 300 рублей.

Говорит DJ One: *«В Новосибирске месяц обучения с занятиями раз в неделю у «известного» DJ с неизвестным именем стоит 100–200 USD. В Москве и Санкт-Петербурге цена вырастает до 500–700 евро. Частный курс по цене равен стоимости набора DJ-оборудования Numark, Technics или даже Vestax или Pioneer».*

Действительно, обучиться диджеингу можно и самому – мы знаем много ярких примеров успешных диджеев-самоучек. Однако, если диджей-школы открывают, значит, это кому-то нужно. Вспомните, вы ходили в университет или колледж только для того, чтобы учить уроки, читать учебники и слушать лекции? Правильно, вы ходили общаться, тусоваться с людьми, которые вам симпатичны и т. п. То же самое и с диджей-школой. Прежде всего, это тусовка, которая может помочь вам в дальнейшей диджейской карьере. Вы можете прийти в диджей-школу уже подготовленным, чтобы там повисить свой уровень: это будет, как правило, дешевле, чем обучать вас с нуля.

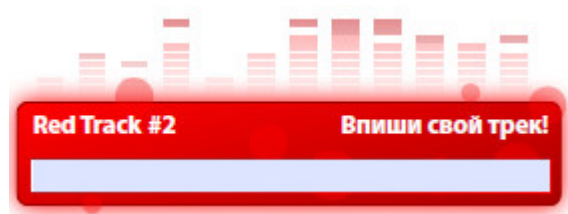
Советы по выбору диджейской школы:

1. Прозрачность отношений. Вы должны знать, что, в каком объеме и когда вы получаете.
2. Известные имена. Вас действительно должны учить диджеи, которых вы знали до того, как поступить в ту или иную DJ-школу.
3. Собственная материальная база. Многие диджейские школы относятся к своему делу настолько несерьезно, что предпочитают даже по прошествии нескольких лет работы обучать своих студентов в наскоро снятых ночных клубах на чужих вертушках.
4. Приятные дополнения. Поинтересуйтесь, если вы закончите школу «с отличием», что вы получите? Это могут быть специальные дипломы, сертификаты, свидетельства; призы и т. п. Одним словом, узнайте о клиентском сервисе школы.
5. Пост-гарантийное обслуживание. Уточните, уделяют ли преподаватели школы внимание выпускникам диджей-школы. Внимание – это помощь в раскрутке, организация тренировочных выступлений в ночных клубах, помощь с гастрольями в других городах. Если на вас не «забывают» после получения диплома, это хорошая школа. Ваша задача об этом просто узнать заранее.

Вот список диджей-школ в России, которым можно доверять, и за качество которых мы ручаемся:

1. Audio – первая школа электронной музыки DJ Грува (Москва) – audioschool.ru
 2. DJ школа ACTION (Москва) – www.dj-school.ru
 3. DJ школа MixMaster (Москва – Санкт-Петербург) – mixmasterdj.ru
 4. Первая DJ Школа в Саратове – <http://www.firstdj.ru/>
- Если вы можете порекомендовать хорошие диджей-школы – пишите.

² <http://djone.ru/school/> – здесь можно более подробно узнать о курсе «Виртуальная Школа DJ One».



3. Творческая биография

Творческая биография – отправная точка, своеобразный «нулевой километр» в разработке стратегии продвижения диджея. Именно от творческой легенды впоследствии зависят все последующие акции, компании и мероприятия.

Творческая биография – важный момент в самом формировании вашего имиджа. Ваша биография может быть двух различных типов:

«Радикальная»: здесь ставка делается на необычную форму, яркие речевые обороты, сказочные, часто не привязанные прямо к тексту истории, ассоциативный ряд. Вам подойдет такой вид биографии, если ваша карьера началась не так давно и фактических достижений не так много.

«Классическая»: здесь балом правит последовательно описательный текст истории вашего восхождения, карьера диджея в развитии, с перспективами и творческими планами. Такой тип биографии идеален для вас, если вы уже опытный диджеев, а от вашего имени содрогаются стены в клубах.

«Микс» — это радикальная, ассоциативная биография, которая по ходу вашей карьеры дополняется интересными фактами, зарисовками с мест выступлений, упоминанием серьезных мероприятий, «выступлениями на одной сцене с.», рекомендациями и рецензиями на творчество, дискографией и т. п. Этот вариант идеален для вас, если ваша цель – серьезно и долго продвигаться в электронной сфере.

Биографию необходимо корректировать, как минимум, раз в полгода. Это связано, прежде всего, с активно меняющейся информацией об исполнителе. Концерты, новые диски, выступления, гастроли – все эти моменты имеют место быть упомянутыми в биографическом тексте.

Также необходимо наличие нескольких биографий у исполнителя. Здесь совсем не требуется различный текст и словарные обороты, напротив, эта информация может остаться такой же, лишь существенно уменьшившей свой текстовый объем. Существует три вида биографий, которыми должен обладать артист:

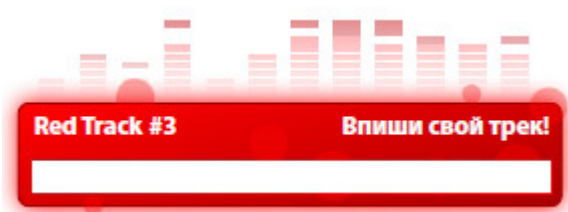
– **«Стандартная»** — это непосредственно полная биография, со всевозможными цитатами и отступлениями. Она используется на официальном сайте исполнителя и прочих информационных ресурсах

– **«Короткая»** — существенно уменьшенный по объему вариант полной биографии. Все те же биографические факты здесь поданы более коротко, информативно, без цитат и отзывов коллег по сцене. Такая биография создается для печати на дисках, а также в качестве короткой справки об артисте для различных СМИ

– **«Анонсирующая»** — самый короткий вид легенды, содержащий лишь самые яркие факты биографии музыканта (не более трех). Эта биография используется для новостных ссылок об артисте, а также для флаеров, где требуется только основная информация об исполнителе, уменьшенная до нескольких предложений.

В качестве еще одного важного элемента модернизации текста стоит выделить **перевод биографического текста на иностранные языки**. Делается это, как для размещения на иностранных музыкальных сайтах букинг-агентств, в диджейских каталогах, так и для зарубежных промоутеров и гастрольной деятельности артиста.

Модернизируя творческую биографию посредством всех упомянутых элементов, можно добиться максимально продуктивного действия творческой легенды.



4. Регистрация профайла

Регистрация множества ваших Интернет-представительств будет хорошим дополнением и средством раскрутки вашей главной Сетевой резиденции – официального сайта. Впрочем, если такового у вас нет, местом регистрации вашего профайла могут послужить: Промодиджей, Майспейс или даже блог в Живом Журнале. Подробнее о блогах в нашей книге вы сможете прочитать дальше. Сейчас о профайле. Что там должно быть? Во-первых, это: творческая биография, фотография и ссылка на музыкальное творчество. Это, как мы помним, коммуникация с вашими аудиториями «чтецов», «аудиалов» и «визуалов». В итоге – цельный образ.

Во-вторых, но не обязательно, на вашем профайле можно разместить (при соответствующей технической возможности): дискографию, ваш логотип, ссылки на друзей, рецензии на ваше творчество, ссылки на публикации о вас, анонс вечеринок с вашим участием, фото- и видео-галереи и многое другое.

Вот те сайты, где вы *не можете не быть* представлены:

Promodj.ru

Nightparty.ru

Thedjlist.ru

MySpace.com

Oxidant.ru

clublife.ru

top-dj.ru

44100.com

<http://station20.ru/people/>

<http://www.virtuzor.ru/virtuzors/didzhei/#page=1&sort=default&dir=bot>

muzzone.ru

thedjlist.com

На выбор:

<http://djpages.com/>

Youtube

LastFM

Lookatme

Facebook

Twitter

ВКонтакте

Одноклассники

Таким образом, ваши множественные профайлы на различных диджейских и музыкальных ресурсах будут говорить о том, что вы – профессионал своего дела, дорожите своей репутацией и открыты к сотрудничеству. Опять же, упоминание вашего имени на иных ресурсах, чем ваши официальные, придает «вкус» объективности, что очень важно для составления мнения о вас задолго до личного знакомства.

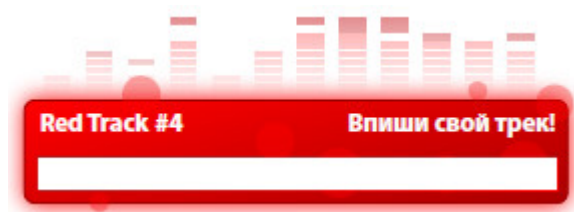
Кстати! О персональном логотипе. Ваша «визитная карточка» – это качественная фотосессия, которую нужно периодически обновлять, или логотип. Причем, логотипом может быть как символическое обыгрывание вашего имени или творческого псевдонима, так и оригинальный шрифт. Неизменное правило: «Куда вы, туда и ваш логотип».

Не советуем часто менять логотип. Лучше сделать его раз и навсегда, или минимум на 3 года – чтобы запомнили.

Примеры из зарубежной практики:



Из российских электронных проектов и диджеев удачные логотипы имеют – Дмитрий Алмазов Бобина, Александр Белоусов / Sasha Vibe, проект Kooqla, Fabio Lava, группа X-Mode и ряд других.



5. Блоги и социальные сети

*ЖЖ – это жж не страшно!
ЖЖ – это выгодно и полезно
Идите в ЖЖ!*

Для начала откройте себе аккаунт на самой популярной блог-платформе ЖЖ (Живой Журнал) по адресу – <https://www.livejournal.com/create.bml>. Не забудьте сделать «прямую трансляцию» на блог вашего аккаунта на портале Промодиджей.

Обозначьте ваши интересы. Это важная опция «Настроек». Для начала определите в ключевых словах. Через запятую перечислите ваши личные настоящие интересы. Например, они могут быть такие:

\$\$\$, booking, clubbing, di fm, dj, dj eric prydz, dj john digweed, dj list, €€€, ¥¥¥, \$\$\$ и другие.

В «Настройках» сделайте ссылку на ваш сайт и варианты контактов с вами.

Обязательно зафрендите авторитетных диджеев и людей мира клубной музыки. Чтобы узнать, кого именно «френдить», почитайте наши статьи в Интернете «Блогинг по-мужски» (на портале Найтпати. ру) и «Блогинг по-женски» (на портале DJ.ru). Самые великие блоггеры из мира клубной культуры там есть.

Загляните в «публичных» звезд российского диджеинга – <http://www.livejournal.ru/celebrities/categories/DJs>.

Кстати, все резиденты Майдиджей. ру давно ведут блоги. Вот адреса

<http://mal4ishnik.livejournal.com>
<http://djmutabor.livejournal.com>
<http://dj-ksy.livejournal.com>
<http://pr-maslennikov.livejournal.com>
<http://pr-strahova.livejournal.com>
<http://pr-nestin.livejournal.com>
<http://pr-sharalapova.livejournal.com>
<http://djlapsky.livejournal.com>
<http://d-che.livejournal.com>
<http://joana-mydj.livejournal.com>
<http://kowalevski.livejournal.com>
http://dj_caxapa.livejournal.com
<http://djsatellite.livejournal.com>
<http://kalinka-mydj.livejournal.com>

Кто все эти люди – можно легко узнать, зайдя к ним в дневники.

Что делать с новыми друзьями? Читать, вникать в советы, спорить, короче – комментировать! Желательно быть первым – тогда вас точно заметят.

Какой эффект? Люди, видящие вас у себя в дневнике, будут помнить о вас. В зависимости от «умности» ваших комментариев и постов (то, что вы пишете у себя) они создадут о вас соответствующее мнение. Поэтому прежде чем что-то откомментировать, подумайте, как это сделать так, чтобы вызвать интерес:

- по теме
- коротко

- с юмором
- ярко

Мнение о вас важной клубной персоны – это, согласитесь, немало. За мнением могут последовать совместные проекты, работа / заказы, интересные предложения.

О чем писать в своем ЖЖ? **О жизни** (бытовые темы – купил, нашел, сделал, сломал, посмотрел, сыграл, стихи собственного сочинения и т. п.), как делают Алексей Вайпер и Иван Рудык: http://alexey_viper.livejournal.com, <http://ivanroudyk.livejournal.com>. **О профессии** (отчеты о вечеринках, техника, модели пультов, лучшие иглы – вопрошайте! Чем чаще – тем лучше). Лучший – http://almazov_bobina.livejournal.com

Делитесь сами интересной информацией, спорьте, дискутируйте – и вам воздастся!

Кроме блогов в Интернете есть и еще одна полезная форма межличностной коммуникации – «социальные сети». Что делать первым делом? Попробуйте Интернет-прогресс на себе. Зарегистрируйтесь на следующих сайтах:

Майспейс. ру и ком
Одноклассники. ру
Вконтакте. ру
Мойкруг. ру
Blog.ru
Blogger.com
LiveInternet.ru
Moskva.ru
Livehh.ru
Blogs.mail.ru
MyLivePage.ru
Tumblr.com
Multiply.com
Vox.com

В каждом из аккаунтов социальных сетей старайтесь поставить ссылку на свой сайт (на тот же Promodi), и все «перекрестить» взаимными ссылками (здесь я «Вконтакте», здесь – в МоемКруге, вот мой жж и т. п.).

Полезные для диджея ЖЖ-сообщества

Звезды музыки в ЖЖ: <http://www.livejournal.ru/celebrities>

Блэк-букинг: О том, где промоутеры провинились или «закосячили» – читайте перед гастрольями – http://community.livejournal.com/black_booking/

Кто_где_куда: Кто из диджеев куда летит – http://community.livejournal.com/kto_kuda_kogda/

DJ-Чарт: Публикация своих чартов и плей-листов http://community.livejournal.com/dj_chart/

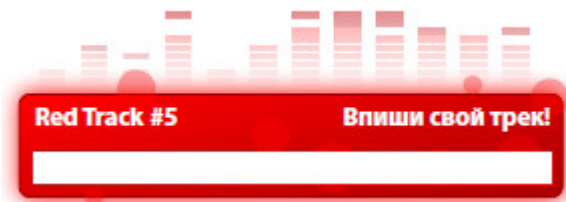
ru_dj: сообщество для профессиональных и bedroom диджеев, а также сочувствующих им – http://community.livejournal.com/ru_dj/

Комментирует DJ Amira

Ведение блога

«Ведение блога не только отличный способ выразить свои мысли, но и не плохой промоушен-ход. Из блога можно узнать то, чего не напишешь на сайте. Однажды Дима Спэлл

попросил меня написать пост в жж о промоутере, который его обманул. Я не придавала значения информации и разместила пост. На что получила много комментариев – что пост ошибочный, и промоутер, о котором идет речь, человек честный и ответственный. В результате так и выяснилось, что фактически оговорила порядочного парня по наводке Спэлла. Прошло очень много времени, и сейчас я уже 3 года вместе с тем самым промоутером.»



6. Письменный этикет

Большинство общается сейчас по мейлу. Такова реальность. Ваша задача – сделать это общение наиболее плодотворным.

Вы рассылаете новости, пишете друзьям и коллегам, общаетесь с поклонниками – соблюдайте этикет: цитируйте вопросы, пишите грамотно, давайте ссылки. И, главное, сделайте себе правильную подпись. Она будет работать на вас без вашего участия.

Как должна выглядеть хорошая подпись?

DJ – *Ваш творческий псевдоним*

Ваш аккаунт на Промодиджей. ру и / или ссылка на официальный сайт | Ваш аккаунт на Майспейс. ру | ссылка на ваш блог в ЖЖ (или другой блог-системе)

ICQ:????? | MSN:????? | Skype:????? | e-mail:????? | телефон (по желанию)

Официальный букинг <http://www....>

Слоган, девиз (по желанию)

В итоге должна получиться следующая контактная подпись:

DJ Che

www.djche.ru | <http://dj-che.promodj.ru/> | <http://d-che.livejournal.com/>

ICQ: 433-473-529 | denische77@gmail.com | info@mydj.ru | + 7 (495) 772-13-67

Официальный букинг <http://www.MyDj.ru>

БЕСКОМПРОМИССНАЯ ТАНЦЕВАЛЬНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ!

Через подпись можно рекламировать свои новые миксы, рассылки и так далее. Например, концовка подписи агентства Майдиджей выглядит так:

.....

НОВОСТИ:

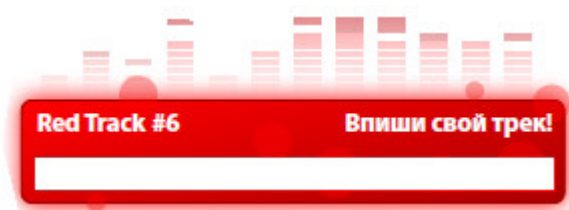
<http://data.mydj.ru> (туры, «вторые» даты, спец. скидки)

<http://clubnews.mydj.ru> (клубные новости)

<http://news.mydj.ru> (все & сразу)

.....

MyDj.ru – ГЛАВНЫЕ ПО ДИДЖЕЯМ!



7. Фотосессии

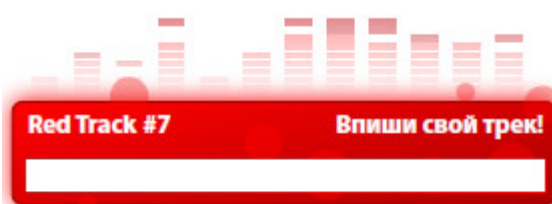
Если вы планируете стать «крутым» диджеем, для достижения цели придется составить свое портфолио. Не знаете о чем речь? Это такой альбом с вашими фотографиями (само собой, очень качественными), который вы будете впоследствии пополнять. И при этом хранить, как зеницу ока. Не удивляйтесь, не кривите личики – это действительно важно, ведь «страна должна знать своих героев в лицо». Вообще, в наше время сплошных метросексуалов, внешность и имидж диджея должны тщательнейшим образом продумываться и планомерно воплощаться в жизнь. Согласитесь, что любому посетителю клуба хочется видеть перед собой приятного, обаятельного человека.

Образ может быть любой: забавный парень, красавчик, крутой рокер, стильный чел, космический герой и т. д. Однозначно лишь то, что он должен заинтересовать и желательно запомниться (для этого необходимо придумать какую-то свою, особенную «фишку»). Ну, и, как минимум, не вызвать отвращения, а, как максимум, все-таки постараться понравиться большей части публики.

Такие моменты «at work» (то есть «за работой») нужно запечатлеть на фотоаппарат или видеокамеру. И как можно более эффектно! Таким образом, вы наглядно покажете, что вы настоящий профессионал, работаете по-взрослому. В первую очередь наглядные примеры вашего труда полезно продемонстрировать потенциальным работодателям.

Студийные фотографии лучше делать только у профессионалов, ведь именно их впоследствии размещаются на флаерах, афишах, в журналах и Интернет-публикациях. Возможно, когда-нибудь толпа визжащих поклонниц или поклонников именно с этими фотографиями в руках будет умолять вас дать автограф. Что, представили этот сладостный миг долгожданной славы? Тогда вперед, на фотосессию срочно: к успеху, славе, благосостоянию.

Важный момент – без крайней необходимости не выкладывайте в Сеть фото в хорошем качестве. Например, букинг-агентства высылают фото заказчикам только после предоплаты. Опасения следующие: нечистоплотные промоутеры созывают народ на вечеринку, печатают афиши с классными фотографиями, а диджея пригласить «забывают»... Будьте осторожнее с качественными фотографиями на всякий случай!



8. Букинг-агентства

Интересным «пиар-ходом» для привлечения внимания к вашей персоне является организация собственного букинг-агентства или построение его имиджа. Вы можете быть как участником, так и основателем собственной конторы или просто-напросто образа.

Причем, ваше объединение может, как заниматься букингом, так и просто называть себя группой единомышленников с общими интересами.

Примерами удачных диджейских объединений в российском информационном поле танцевальной музыки можно считать следующие конторы:

Garage Sound System – Алексей Вайпер, Олег Сухов, Полина и Шмель выросли на волнах одной радиопрограммы «Гараж» на радио «Европа Плюс».

Sweet DJs – трио Светы, Миксона и Паши Кирилова объединено любовью к танцевальной культуре и безупречным вкусом в музыке таких разных диджеев.

4DJs – DJ Шевцов, DJ Миллер, DJ Карпекин, DJ Шмель.

Most Wanted DJs – букинг-агентство питерского диджея – Dj Sasha Soul.

И уже канувшие в лету, но полезные с точки зрения изучения опыта:

Атмосфера – Коля, Град, Кореец и Володя Фонарь некогда олицетворяли собой дружное, светлое начинание по пропаганде отличной разноплановой музыки и качественных вечеринок, объединенных идеей космического пространства и единым фирменным стилем. «Атмосфера» – один из первых брендов в российской танцевальной культуре, мультиформатный по стилю и направлениям деятельности. Сейчас Володя Фонарь занимается брендом Digital Emotions, а чуть ранее был лейбл Znaki.

Housemusic.RU – Сергей Санчес, Сергей Сапунов, Леня Белл и Андрей Джангл сплотились вокруг любимого музыкального стиля. Первые, кто успел «застолбить» за собой звание хаус-гуру в России.

One Music – Агентство представляло артистов лейбла Аплифто, обеспечивая их маркетинг и менеджмент.

SOUNDHAZE – «Первое» женское букинг-агентство диджея Антона Пинкина. Объявление о создании женского букинга стало хорошим информационным поводом для организатора, впоследствии сошедшего с клубной арены вместе со своим букинг-агентством.

Танцевальная музыка знает немало примеров творческих альянсов, но далеко не все из них можно считать успешным продолжением индивидуальной карьеры музыканта. Если вы объективно оцениваете и рассчитываете ваши силы – сможете или не сможете раскрутить новое имя – беритесь! Если нет, а работа есть – например, у вас сложилась определенная база клубов – вы можете отправлять туда своих друзей-диджеев, организуйте букинг-агентство! Фирмам заказчики доверяют больше, чем «индивидуалам», к тому же бренд букинг-агентства – хороший интеллектуальный капитал.

Можно стать причастным к уже давно работающим букинг-агентствам в рекламных целях. Это способ для тех, кто хочет сэкономить время и стать известным в определенных

кругах, уже работающих с тем или иным букинг-агентством. Именно поэтому некоторые букинг-агентство называют включение в букинг-лист – рекламной и, соответственно, платной услугой. Есть шанс стать резидентом известного букинга и «бесплатно», заслужив это право личным общением, порой навязчивостью (не переборщите!), связями и, конечно, творческими успехами – миксами, треками, ремиксами, шоу и т. п.

Действующие российские букинг-агентства:
MyDj.ru – DJ Букинг-агентство № 1 в России.

XXDj.ru – это первый специальный и единственный российский DJ-букинг-проект, посвященный исключительно девушкам-диджеям.

Personal-Dj.ru – это букинг диджеев только для персональных праздников и корпоративных вечеринок.

<http://bananastreet.ru/> – Букинг, организация выступлений ди-джеев. Организация частных и корпоративных вечеринок, промоакции, презентации, шоу-программы

<http://www.luxury-music.ru/> – Музыкальный лейбл, творческое комьюнити ди-джеев, артистов и музыкантов.

Personal Booking – «Персональный букинг» – проект Дениса Стингера. Сюда нельзя «попасть», можно только получить персональное приглашение.



9. Сайт диджея и его реклама

Помимо страничек в социальных сетях ди-джею необходимо иметь личный сайт. Причем он не должен быть пустым, сайт необходимо наполнять всевозможным контентом.

Во-первых, на вашем сайте следует разместить вашу творческую биографию, максимально полную. В ней должны быть упомянуты все ваши достижения, музыкальные стили и т. д.

Во-вторых, на сайте нужно представить ваши лучшие фотографии. Это могут быть и профессиональные фотосессии, и фотоотчеты с ваших выступлений.

В-третьих, на вашем сайте должно быть представлено ваше творчество – треки и миксы. При отсутствии возможности «залить» все ваши творения на сайт используйте ссылки на другие серверы, где в полной мере представлено ваше творчество.

Полезным также будет упоминание ваших заслуг – участия в конкурсах, фестивалях, сотрудничество с радиостанциями и т. д.

Кстати, не забудьте дать ссылки на свои аккаунты в различных социальных сетях. Это позволит вам обзавестись необходимыми «френдами» в Интернете.

Также помните о необходимости указать ваши контактные данные (или же данные вашего букинг-менеджера). На сайте можно открыть гостевую страничку, где посетители получают возможность задавать интересующие их вопросы, а также комментировать ваше творчество.

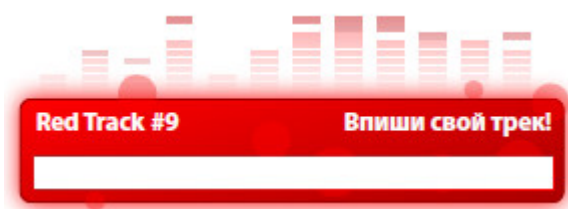
Полезным будет и раздел про «Гастроли». Особенно сейчас, в эпоху черного букинга, когда так часто срываются выступления. Не забывайте также и о разделе «Новости», публикуйте в нем свежую информацию, как можно чаще.

Очень важно, чтобы сайт был красивым и интересным для публики. Доверяя изготовление сайта профессионалам, контролируйте процесс и корректируйте детали сайтопроизводства.

Позже можно начать развивать свой сайт: сделайте его индексируемым в Интернете, увеличивайте количество посетителей изо дня в день, расширяйте свое «электронное представительство».

Есть 2 основных пути раскрутить свой сайт. Первое: поисковое продвижение. Чтобы выбрать себе профессиональных раскрутчиков, используйте ресурс – <http://searchengines.ru/>. Второе: контекстная реклама. Для того чтобы рекламировать сайт во всех известных и работающих системах контекстной рекламы – поисковиках Яндекс, Рамблер и Гугл, используйте «общий пульт управления» на сайте – <http://blondinka.ru/>.

Кстати, чтобы имя сайта сделать говорящим, зарегистрируйте его в доменной зоне. DJ. Но существуют и опасности – это домен Джибути, здесь бывают забастовки, и домены перестают работать. Поэтому подстрахуйтесь в зоне. RU на всякий случай.



ACTIVITY: Активная работа

10. Поиск гастролей

Ты даже не представляешь, что скрывается за этой страницей! Зайди на сайт red.mts.ru и получи свою страницу в своей веб-камере!

**Свободно делись
ЧУВСТВАМИ**

Тариф Red Energy

- Безлимитные звонки
- Безлимитные SMS
- Безлимитный Ночной Интернет

Звони 8 800 333 0890
red.mts.ru

 **МТС**
оператор свободы

* Red Energy и Red Energy. Подключение опции «Безлимитные звонки» и «Безлимитные SMS», можно без ограничений делать и отправлять SMS-сообщения абонентам МТС в домашнем регионе по цене 1 руб. 30 копеек за минуту или сообщение. При подключении услуги «Безлимитный Ночной Интернет» с 01:00 ночи до 06:00 утра тариф MTS-300 не действует на тарифицируется. При подключении безлимитных опций и услуг оплачивается подключение и включение абонентской платы. Опции и услуги действительны, если абонент находится в «Абонентском регионе».

Гастроли – это то, ради чего многие становятся диджеями. Новые города, новые люди, новые танцполы, эйфория, слава, народное признание творчества, гонорары и т. п.

Хорошо, если у вас есть постоянные заказчики, которые рады видеть вас снова и снова. А если нет? И букинг-агентства пока не готовы помогать... Что же делать? Попробовать самостоятельно найти себе «гиги» (от англ. слова «gig» – «выступление»).

Менеджера по продажам (он же – активный букинг-менеджер) тоже пока нет. Самому «пускаться в пляс»? Пока, да. До тех пор пока вы в состоянии делать несколько дел одновременно, т. е. и творить, и продавать. Параллельно обязательно ищите себе помощника по обеспечению ваших продаж. Идеально, если это будет ваш хороший друг, знакомый, которому интересно ваше творчество и работа со сдельной оплатой. За процент от суммы гонорара (обычно от 10 до 60 %).

Итак, пока нет менеджера, можно начинать разговор с потенциальным клиентом так:

– *Добрый день, это диджей N. У меня менеджер серьезно приболел, поэтому приходится его заменять... У меня есть свободные даты* (специальная цена, тур, подарок для вас и т. п.)

О чем и как может говорить активно предлагающий себя диджей, чтобы его звонок не казался «спамом»? Главное – это доверительный тон беседы: больше слушать, чем говорить. Вот о чем вам стоит поинтересоваться у потенциального заказчика, чтобы можно было вернуться к начатому разговору уже с поводом:

– **Когда день рождения клуба?** Запишите дату и готовьтесь. В этот день клубные промоутеры и арт-директора особо щедры. Если не поедете вы, можно подсказать, кого вы сможете помочь привезти из звезд или иностранных диджеев. Ваша поддержка не останется незамеченной.

– Когда Ваш день Рождения? Просто поздравляйте людей, поддерживайте связь, дарите подарки по возможности. Как говорит известный издатель и маркетолог

Игорь Манн: «Хороший подарок тот, в котором есть потребность».

– **Кто выступал в вашем клубе недавно?** Этот вопрос даст вам ориентиры по формату и ценовой политике выступления. Разные диджеи часто отклоняются от заявляемых изначально гонораров. Вы сможете примерно скорректировать свои «аппетиты» и музыкальную стилистику, (если такое для вас допустимо), когда узнаете имена хотя бы нескольких диджеев, выступивших в клубе недавно.

– **Кто понравился?** Узнайте, что нравится вашему будущему клиенту, сделайте выводы – и действуйте!

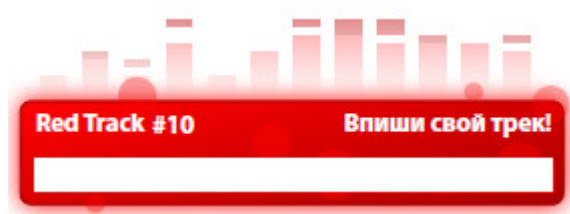
– **Оперативные контакты.** Аську, мейл, скайп – возьмите (если дадут), оставьте свои контакты.

Ответы фиксируйте в таблицу, чтобы можно было возвращаться к ним снова и снова.

Как найти базу клубов? Такой вопрос у современного диджея стоять не должен – в Интернете, где же еще! В крайнем случае, можно найти актуальную информацию у коллег / конкурентов в расписаниях гастролей. В том же Интернете на клубных федеральных и региональных порталах, на официальных сайтах, промо-страничках «точки» доступны во всей красе.

Для справки, на март 2009 года по данным компании ООО «Колл-центр «ИНФОТЕЛЛ» (www.infotell.ru) в России было зарегистрировано 1094 ночных клуба³. Работы хватит!

³ Общая сумма финансовых вложений в проект по прозвону 1000 клубов порядка 65 000 рублей. Эту услугу можно заказать в той же компании ООО «Колл-центр «ИНФОТЕЛЛ».



11. Радио-диджеи

Радио – пожалуй, самая мощная пропагандистская машина для диджей-промоушена. Именно резиденты столичных радио-станций стали культовыми диджеями России – Фонарь (радио Максимум), Сухов, Вайпер, Шмель и Полина (Гараж ФМ), Иван Рудык (Электрика) и многие другие.

Конечно, событием, которое остается знаковым в истории клубного диджеинга, была «Станция 106.8» (далее – «Станция 2000»). Сейчас подобные лавры с переменным успехом пытается подхватить радиостанция «Мегаполис», появление в эфире которой стало реальной сенсацией.

Именно с радио связывают рост или, наоборот, падение популярности тех или иных диджеев. За радиоэфир «бьются» разные силы, о чем может свидетельствовать скандальная «чистка DFM» в 2007 году, в результате которой новым программным директором были уволены многие именитые диджеи (Дэн, Володя Фонарь, Санчес и многие другие). Засияли новые звезды со спорной ролью или, по крайней мере, не такой значительной в клубной музыке России.

Безусловно, радиостанции федерального масштаба являются практически недостижимой высотой для молодого диджея. Но! Есть практика так называемых «гостевых сэтов». Познакомьте ведущих радиопрограмм со своим творчеством. Возможно, вам удастся попасть на радио и «просто так». Совет: при подготовке микса используйте как можно больше авторской или, по крайней мере, эксклюзивной музыки. Вашу «заявку на победу» обязательно сопроводите вашей творческой биографией, но без рекламных эскапад: только факты. Если ваш микс или вы вживую попали в прямой эфир, не забудьте записать программу и выложить ее затем на своем официальном сайте.

Вот неполный список радио-шоу, которые идут сейчас в ФМ-диапазоне:

Электрика — ведущий Иван Рудык – радио NRJ

Проверено электроникой — Александр Нуждин – радио Максимум

Радио Юность — вечерние эфиры UFM

Миксер – Паша Кириллов – радио Максимум

Аквариум – Карась – ДФМ

Вечерняя коллекция — Коля – ДФМ

Раша гоус клуббинг — Дмитрий Алмазов – ДФМ

и многие другие

Существует и другой способ стать «радио-диджеем». Так поступили, например, Сергей Пименов (Станция 2.0), Гараж – после закрытия, Фаворит (Микс Ап Шоу) и ряд других известных диджеев. Откройте свою Интернет-радиостанцию! Это не так сложно, как может показаться на первый взгляд. Вы можете использовать также и следующий способ «дистрибуции» своего радио. Договоритесь с региональными радио о регулярной поставке своих программ для их эфиров. Сейчас так действует контора Sweet DJs и некоторые другие диджеи. Способ хорош и действенен тем, что вы идете к своей аудитории – к регионам, минуя центр. Боимся ошибиться, но такой «ход конем» был придуман ведущими программ (скорее всего, даже рекламными агентствами) таких лейблов, как «Спрайт клуб» и «Виза свободный полет».

И, конечно, вы можете – совершенно достоверно известно – не прилагая особых усилий пробиваться на существующие онлайн-радиостанции, список которых приведен в специальной главе этой книги.



12. Становление ди-джем Ночного клуба или Бара, резидентство

Причастность к солидной клубной организации, скажем, к клубу, может гарантировать вам известность.

DJ-резидентство является не только непосильным трудом и своего рода «работой на дядю», но и постоянной работой и стабильной известностью, а также возможностью приобщения к бренду клуба. Теперь ди-джей может ставить рядом со своим именем – в скобках – имя клуба. Это, однозначно, добавляет вес. Все это ценно, конечно, с условием, что ваш ночной клуб уже известен, ярок или, по крайней мере, перспективен.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.